

DAFTAR ISI**Halaman**

Sampul Dalam	ii
Prasyarat Gelar.....	iii
Persetujuan.....	iv
Ucapan terima kasih.....	v
Ringkasan	vii
Abstract.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Landasan Teori.....	19
2.2.1. Konsep Pemasaran Jasa.....	19
2.2.2. Pemasaran Berorientasi Pelanggan.....	21
2.2.3. Konsep Customer Value.....	23
2.2.4. Konsep Sikap, Perilaku, dan Keinginan Berperilaku... ..	31
2.2.5. Pengaruh Customer Value terhadap Kemungkinan Menggunakan Kembali.....	33
BAB 3 KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....	35
3.1. Kerangka Konseptual.....	35
3.2. Hipotesis Penelitian.....	39
BAB 4 METODE PENELITIAN.....	40
4.1. Pendekatan Penelitian.....	40
4.2. Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
4.2.1. Populasi Penelitian.....	40
4.2.2. Sampel Penelitian.....	42
4.2.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	43
4.3. Variabel Penelitian.....	43
4.3.1. Identifikasi Variabel Penelitian.....	43
4.3.2. Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya.....	44
4.4. Instrumen Penelitian.....	51
4.4.1. Uji Validitas Data.....	51
4.4.2. Uji Reliabilitas Data.....	52
4.5. Prosedur Pengumpulan Data.....	53
4.5.1. Jenis dan Sumber Data.....	53
4.5.2. Cara Pengumpulan Data.....	53
4.6. Teknik Analisis Data.....	54
4.6.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	55

4.6.2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
BAB 5 ANALISIS HASIL PENELITIAN.....	60
5.1. Gambaran Umum Perusahaan	60
5.2. Kinerja Duta Ban.....	61
5.2.1. Kebijakan Produk.....	61
5.2.2. Kebijakan Harga.....	62
5.2.3. Kebijakan Distribusi.....	62
5.2.4. Kebijakan Promosi.....	63
5.3. Deskripsi Sampel Penelitian.....	63
5.3.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	64
5.3.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
5.3.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	65
5.3.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Alasan Memilih Duta Ban.....	66
5.4. Hasil Uji Validitas Data.....	66
5.5. Hasil Uji Reabilitas Data	68
5.6. Deskripsi Variabel Penelitian.....	71
5.6.1. Deskripsi Variabel Penelitian Berdasarkan Rata-rata Penilaian Responden.....	72
5.6.2. Deskripsi Variabel Penelitian Berdasarkan Frekuensi.....	73
5.7. Hasil Uji Hipotesis.....	74
5.7.1. Hasil Uji Hipotesis Berdasarkan Perhitungan Koefisien Determinasi.....	75
5.7.2. Hasil Uji Hipotesis Berdasarkan Uji Kemaknaan Pengaruh.....	77
5.7.3. Hasil Uji Asumsi Regresi Klasik.....	80
BAB 6 PEMBAHASAN.....	83
6.1. Customer Value.....	83
6.2. Kemungkinan Pelanggan Menggunakan Kembali Jasa Perbaikan Mobil pada Duta Ban.....	87
6.3. Pengaruh Customer Value terhadap Kemungkinan Pelanggan Menggunakan Kembali Jasa Perbaikan Mobil pada Duta Ban.....	90
6.4. Implikasi Manajerial.....	93
6.5. Keterbatasan Penelitian.....	95
BAB 7 KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
7.1. Kesimpulan.....	97
7.2. Kontribusi Hasil Penelitian.....	98
7.3. Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 5.1 Rata-raa Jumlah Pengunjung Per Hari.....	61
Tabel 5.2 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 5.3 Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Tabel 5.4 Frekuensi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	65
Tabel 5.5 Frekuensi Responden Berdasarkan Alasan Memilih Duta Ban.....	66
Tabel 5.6 Ringkasan Hasil Uji Validitas.....	67
Tabel 5.7 Ringkasan Hasil Perhitungan Nilai Konsistensi Internal.....	69
Tabel 5.8 Ringkasan Hasil Perhitungan Nilai Koefisien Reliabilitas.....	69
Tabel 5.9 Ringkasan Hasil Perhitungan Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	72
Tabel 5.10 Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian.....	74
Tabel 5.11 Ringkasan Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	75
Tabel 5.12 Ringkasan Hasil Uji Multikolinearitas	81
Tabel 5.13 Ringkasan Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	82

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Determinan dari Customer Delivered Value.....	27
Gambar 2.2 Komponen-komponen Pembentuk Manfaat dan Pengorbanan.....	28
Gambar 2.3 Model Hirarki dari Customer Value.....	30
Gambar 2.4 Hubungan antara Kepercayaan, Sikap dan Perilaku....	32
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual.....	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Data mentah Hasil Penilaian Responden
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas Data
Lampiran 4	Hasil Uji Reliabilitas Data
Lampiran 5	Hasil perhitungan Statistik Deskriptif variabel penelitian
Lampiran 6	Hasil uji Regresi berganda variabel penelitian
Lampiran 7	Perhitungan Korelasi Rank Spearman untuk Uji asumsi Heteroskedastisitas
Lampiran 8	Tabel-tabel Statistik